

Белорусские отдел при Министерстве просвещения Латвии. Я. Райнис был одним из тех, кто оказал значительную поддержку при открытии белорусских гимназий в Даугавпилсе и Лудзе.

В 1926 г. Я. Райнис посетил БССР. Его во многом вдохновляло государство рабочих и крестьян, в том числе проводимая там национальная политика. Действительно на тот момент в БССР существовало 5 латышских национальных сельских советов, работали латышские школы и клубы. Репрессивно-тоталитарная сущность большевистской системы была во многом скрыта. Во время этой своей поездки Я. Райнис провёл несколько встреч с рабочими в трудовых коллективах. Вместе с Я. Коласом 21 ноября 1926 г. он присутствовал на открытии Второго белорусского государственного театра (БГТ-2) в Витебске. Тогда же Я. Райнис посетил и могилу своей матери.

В 1929 г. Я. Райнис стал организатором и первым главой Общества культурных связей с народами СССР. Но уже в сентябре 1929 г., на следующий день после 64-го дня рождения, жизнь Я. Райниса внезапно оборвалась.

Память о Я. Райнисе в Беларуси, к сожалению, в полной мере не отражает тех заслуг, которые этот человек имеет перед белорусским народом, по крайней мере, той его части, что жила на территории Латвийской Республики. В Минске одна из улиц носит имя Яниса Райниса. В 1930 г. вышел первый сборник произведений Я. Райниса в переводе на белорусский язык. До распада СССР в минских издательствах выйдет ещё 3 книги латышского писателя. В Витебске на Старосемёновском кладбище в 1991 г. на гранитном валуне около кладбищенских ворот была установлена плита с надписью на белорусском и латышском языках: «1828–1899. На этом кладбище похоронена мать латышского поэта Райниса Дарта Плиекшане» (сама могила не сохранилась; автор памятного знака – скульптор Вильнис Титанс).

Таким образом, хотя Я. Райнис и не часто бывал на белорусских землях, его жизненный и творческий путь был неразрывно связан с белорусским народом. Всей своей деятельностью он отстаивал права малых народов на самостоятельное культурное и социально-политическое развитие, что способствовало росту самосознания латышей, белорусов и др.

Литература:

1. Райніс Яніс // Беларуская энцыклапедыя. – Т. 13. – Мінск : БелЭн, 2001. – С. 271.
2. Стучка, Пётр Иванович // Витебская энциклопедия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://vitebsk.com/wiki/%D0%A1%D1%82%D1%83%D1%87%D0%BA%D0%B0_%D0%9F%D1%91%D1%82%D1%80_%D0%98%D0%B2%D0%B0%D0%BD%D0%BE%D0%B2%D0%B8%D1%87. – Дата доступа: 30.11.2015.

ПОЛИТИЧЕСКИЙ ФРАНЧАЙЗИНГ. ПОЛИТИЧЕСКАЯ ФРАНШИЗА

Ксениди И.Д.

УО «Витебский государственный медицинский университет»

Связь экономики и политики очевидна. Политическая экономия, по сути, есть построение экономических отношений через призму политических идей. В свою очередь и в политике есть отражение экономических атрибутов.

К примеру, такие понятия как «франчайзинг» и «франшиза» широко используются в экономической сфере, а такие понятия как «политический рынок» и «политический франчайзинг», находят широкое применение в теоретических и прикладных исследованиях, уже у современных политологов. (Франчайзинг - вид отношений между рыночными субъектами, когда одна сторона передаёт другой стороне за плату право на определённый вид бизнеса, используя разработанную бизнес-модель его ведения [1]. Франшиза - объект договора франчайзинга, комплекс благ необходимых для создания и ведения бизнеса [2]. Политический рынок - совокупность политико-культурных и правовых условий взаимодействия, обеспечивающих наличие состязательности политических субъектов связанных с принятием политических решений. Политический франчайзинг - практика применения позитивного имиджа и благоприятной репутации одного политического субъекта в интересах другого политического субъекта в целях повышение публичной популярности последнего, на основе взаимного обеспечения интересов [3].)

Повторимся, как в экономической, так и в политической сферах, франчайзинг строится на одних и тех же отношениях: франчайзер-донор сдавая в «аренду» свои идеи, свой бренд и отработанные технологии, получает отличную рекламу и определенное финансирование своей деятельности, что тем самым позволяет развивать новые направления. С другой стороны, франчайзи-реципиент «арендуя» франшизу приобретает уже проверенную и отработанную бизнес-модель со своим сложившемся кругом сторонников, которая доказала свою эффективность, что позволяет снизить риски и минимизировать затраты на создание, продвижение и предоставление какой то новой, еще не апробированной идеи, получить доступ к необходимым готовым ресурсам, а также приобрести иные блага, необходимые для создания и ведения желаемого бизнеса.

Нюансы появляются на стадии рассмотрения объекта договора франчайзинга - франшизы. В экономической сфере, эти понятия используются успешно и продолжительное время, и не вызывают критических замечаний. А вот в политической сфере, политическую франшизу следует разделить по месторасположению

франчайзер-донора на 2 вида - внутреннюю и внешнюю. Если месторасположение франчайзер-донора определяется в юридическом поле данного государства, то следует принимать в расчет как внутреннюю политическую франшизу, и вид отношений следует считать внутренним политическим франчайзингом. А если месторасположение франчайзер-донора определяется вне юридического поля данного государства, то следует принимать в расчет как внешнюю политическую франшизу, и, соответственно, вид отношений следует считать внешним политическим франчайзингом.

Очевидно, что внутренняя политическая франшиза опирается на ресурсы франчайзер-донора, которые строятся, развиваются и отражают интересы граждан проживающих в юридическом поле данного государства. Франчайзи-реципиент, «арендуя» внутреннюю политическую франшизу, автоматически обращает внимание на интересы своих граждан. И не менее важно, что различного рода вознаграждения за эту «аренду», остаются в юридическом поле данного государства. А вот внешняя политическая франшиза опирается на ресурсы отражающие «чужие» интересы. В свою очередь франчайзи-реципиент, при «аренде» внешней политической франшизы, мало того, что удаляет из юридического поля данного государства различного рода вознаграждения, но и, что значительно важнее, автоматически продвигает интересы «чужих» граждан. А это уже затрагивает независимость и безопасность данного государства.

Согласно истории политических и правовых учений сложилось много периодов развития различных политико-правовых теорий, концепций и воззрений. Но с течением времени наиболее широкую известность получили только некоторые из них (по алфавиту): анархизм, демократия, капитализм, колониализм, коммунизм, консерватизм, либерализм, национализм, профессиональный союз, социализм, фашизм и т.п.

В качестве примера рассмотрим 2 исторических момента:

1 Колониализм. Этот исторический факт явно похож на политическую франшизу. Какая-то группа людей в масштабе одного государства, вольно или не вольно, «арендуя» некоторую политико-правовую идею другого государства, обязана, вольно или не вольно, чем-то рассчитываться за это.

2 Брестский мир. Мы прекрасно понимаем и отдаем отчет, что этот исторический факт в нашем изложении является крайне вольной трактовкой и ни исторически и ни юридически не соответствует действительности, но со всеми извинениями и при всем уважении к историческим и юридическим фактам, на наш личный взгляд, очень примечателен. Мирный договор между Советской Россией, с одной стороны, и Германией, Австро-Венгрией, Болгарией и Турцией, с другой стороны, очень показателен в плане демонстрации «аренды» Советской Россией политико-правовой теории Карла Маркса, и выплатой «арендной платы» в виде условий прописанных в «мирном договоре».

В заключении можно подвести некоторые выводы.

С одной стороны, в целом, внешний политический франчайзинг позволяет оптимизировать свои издержки, но в нем есть существенный «подводный камень» - внешняя политическая франшиза влечет за собой потерю суверенитета. И судя по тому, что во многих странах отмечают «День Независимости», «арендная плата» за политическую франшизу на практике стала для них неприемлемой.

Если проанализировать современные политико-правовые идеи с позиции франчайзер-донорства, то практически все они зародились вне юридического поля нашей страны, и, следовательно, все они представляют собой внешний политический франчайзинг. И как уже говорилось ранее, политическую франшизу необходимо брать в «аренду» со всеми вытекающими из этого последствиями.

Поэтому особую актуальность приобретает разработка своих политических идей. С одной стороны это ослабляет внешнее влияние и укрепляет суверенитет, с другой стороны предоставляет законный инструмент для отстаивания своих интересов в качестве франчайзер-донора политической идеи на внешнем политическом поле.

Литература.

1. Франчайзинг // [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%87%D0%B0%D0%B9%D0%B7%D0%B8%D0%BD%D0%B3>. – Дата доступа : 30.11.2015.

2 Франшиза // [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%A4%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%88%D0%B8%D0%B7%D0%B0>. – Дата доступа : 30.11.2015.

3 Нежданов, Д. В. «Политический рынок» как метафора современных политических исследований : автореф. дис. ... к.полит.н. : 23.00.01 / Д. В. Нежданов ; Ин-т философии и права УрО РАН. - Екатеринбург, 2010. – 26 с.

СОЦИОКУЛЬТУРНЫЕ ПРЕДПОСЫЛКИ СТАНОВЛЕНИЯ БИОЭТИКИ КАК НОВОГО ТИПА МЫШЛЕНИЯ

Кулик С.П.

УО «Витебский государственный медицинский университет»

Истина, Добро и Красота – три лика культуры. Однако осознание этого триединства в развитии самой культуры – процесс сложный и противоречивый. Традиционная цивилизация (Древний Восток, античность,